

PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PROGRAM “LISTRIK PRABAYAR” PT. PLN
(PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR MELALUI MEDIA MASSA CETAK
(Studi Kasus Kualitatif Persepsi Pelanggan di Surabaya Terhadap Sosialisasi program “Listrik
Prabayar” PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Melalui Media Massa Cetak Koran)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi Pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

IGNATIUS HERLAMBAH YUDHA ROBBYANTO

NPM. 0843010007

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2012

LEMBAR PENGESAHAN

Persepsi Pelanggan Terhadap Sosialisasi Program “Listrik Prabayar” PT.
PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Melalui Media Massa Cetak (Studi
Deskriptif Kualitatif Persepsi Pelanggan Di Surabaya Terhadap Sosialisasi
“Listrik Prabayar” PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Melalui Media
Massa Cetak)

Oleh:

Ignatius Herlambang Yudha Robbyanto

0843010007

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal 13 – Juni – 2012

Pembimbing Utama

Tim Penguji:

1. Ketua

Dra. Diana Amalia, M.Si

NIP. 19630907 199103 2001

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si

NIP. 19581225 199001 1001

2. Sekretaris

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si

NIP. 19641225 199309 2001

3. Anggota

Dra. Diana Amalia, M.Si

NIP. 19630907 199103 2001

Mengetahui,

Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si

NIP. 195507 1819 8302

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP SOSIALISASI PROGRAM “LISTRIK PRABAYAR” PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR MELALUI MEDIA MASSA CETAK (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pelanggan Di Surabaya Terhadap Sosialisasi “Listrik Prabayar” PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Melalui Media Massa Cetak)

Nama Mahasiswa : Ignatius Herlambang Yudha Robbyanto

NPM : 0843010007

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Diana Amalia, MSi

NPT 19630907 199103 2001

Mengetahui

Ketua Program Studi

Juwito, S.Sos, MSi

NPT. 3 6704 95 00361

ABSTRAKSI

PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP SOSIALISASI PROGRAM LISTRIK PRABAYAR PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR MELALUI MEDIA MASSA CETAK

Penelitian ini didasarkan pada pemanfaatan media massa cetak yaitu media massa cetak koran Jawa Pos dan Surya sebagai media untuk mengoptimalkan kinerja PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, sebagaimana peran public relations pada salah satu perusahaan BUMN, yaitu PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, dengan semakin berkembangnya bisnis perusahaan, maka publik harus semakin diperhatikan. Melalui fungsi Public Relations yang meliputi fungsi communicator, fungsi membina hubungan (Relationship), maka pemanfaatan media massa cetak koran ini dapat memaksimalkan pelayanannya kepada pelanggan yang berada dalam area Jawa Timur. Pemanfaatan media massa cetak koran ini juga untuk mengetahui sejauh mana kinerja PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur di dalam sebuah sosialisasi program listrik prabayar. Begitu dengan masyarakat, dengan adanya media massa cetak ini para pelanggan dimudahkan dalam melihat, serta menilai proses layanan serta informasi dari PLN lewat media massa cetak yang notabene sebagai alat promosi. Metode dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu sebuah metode yang lebih mudah menyesuaikan bila dalam penelitian ini kenyataannya ganda, menyajikan secara langsung hubungan antara peneliti dengan objek peneliti, lebih peka serta dapat menyesuaikan diri dengan banyak pengaruh terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah metode deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar. Teknik pengambilan data berupa wawancara langsung dengan 4 informan secara in-depth interview dengan guide-interview. Untuk memperoleh persepsi positif publik, metode kualitatif yang digunakan adalah berdasarkan enam aspek persepsi yang terdiri dari sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman, dan harapan. Hasil penelitian ini ialah pemanfaatan media massa cetak untuk sosialisasi program listrik prabayar dapat membangun persepsi yang positif antara pelanggan dengan PT. PLN (Persero) Jawa Timur. Kata kunci : Persepsi dan Media sosialisasi koran.

ABSTRACT

SOCIALIZATION PROGRAM CUSTOMER PERCEPTIONS OF PREPAID
ELECTRICITY PT. PLN (LIMITED) DISTRIBUTION IN EAST JAVA PRINT
MEDIA

The study was based on the utilization of mass media, namely print newspaper print media as the Javanese solar post and media to optimize the performance of PT. PLN (Persero) Distribution of East Java, as the role of public relations at one of the state-owned companies, namely PT. PLN (Persero) Distribution of East Java, with the development of business enterprises, the public should increasingly be considered. Through the Public Relations function which includes the function of the communicator, the function relationship (Relationship), that the use of printed mass media of this paper can maximize service to customers located in the area of East Java . Utilization of newspaper print media is also to determine the extent to which the performance of PT. PLN (Persero) Distribution of East Java in a socialization program of prepaid electricity. Once the community, with the print media is facilitated in the customers see, and judge the service as well as information from PLN through the print media that in fact as a promotional tool. The method in this study is descriptive qualitative, ie a method that is easier to adjust when in fact double the research, presents researchers with a direct connection between the object of researchers, more sensitive and able to adjust to a lot of influence on the patterns of face value. Techniques of data analysis in this research is descriptive method, the data collected in the form of words and images. Data collection techniques in the form of interviews with four informants in-depth interview with the guide-interview. To obtain a positive public perception, qualitative method used was based on six aspects that perception consists of attitudes, motives, interests, interests, experiences, and expectations. The results of this study is the use of print media to sosialisasi prepaid electricity program can build a positive perception among customers with PT. PLN (Persero) in East Java. Key words: Perception and Socialization Media newspapers.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan atas limpahan rahmat, karunia serta anugerah-Nya sehingga skripsi ini dengan judul “PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP SOSIALISASI PROGRAM LISTRIK PRABAYAR PT. PLN (PESERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR MELALUI MEDIA MASSA CETAK” (Studi Kasus Kualitatif Persepsi Pelanggan di Surabaya Terhadap Sosialisasi Program Listrik Prabayar PT. PLN (Pesero) Distribusi Jawa Timur melalui media massa cetak koran) dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam proses penyelesaian proposal ini, diantaranya:

1. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Juwito, Sos, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si Sekretaris Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Diana Amalia, M.Si Selaku Dosen Pembimbing Proposal Penelitian Ini.
5. Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si Selaku Dosen Wali Penulis.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan ilmunya.

7. Keluarga tercinta atas doa dan dukunganya, baik moril maupun materiil.
8. Rachel Setiabudi atas doa, dukungan, dan semangat luar biasa yang selalu diberikan.
9. Teman-teman yang memberikan semangat bagi penulis: Angel, Putut, Yoga, Dll.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal ini jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan proposal ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak.

Surabaya, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
GAMBAR 3	vii
INTERVIEW GUIDE	viii
LEMBAR PERTANYAAN	ix
LAMPIRAN.....	x
Bab I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
Bab II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Persepsi	9
2.1.1.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	14
2.1.1.2. Proses Persepsi dan Sifat Persepsi	16
2.1.1.3. Aspek-Aspek Persepsi	18
2.1.2. Komunikasi	20
2.1.2.1. Proses Komunikasi	22
2.1.2.2. Teori Komunikasi S-O-R	24
2.1.3. Media Publik	26

2.1.4. Iklan Publik	26
2.1.5. Promosi	31
2.2.6. Kerangka Berpikir	32

Bab III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional	33
3.2. Unit Analisis Data	34
3.2.1. Persepsi	34
3.2.2. Listrik Prabayar	35
3.2.3. Pelanggan	36
3.3. Operasional Konsep	36
3.4. Lokasi penelitian	38
3.5. Subyek dan Informan Penelitian	38
3.6. Teknik Pengumpulan Data	39
3.7. Teknik Analisis Data	40

Bab IV HASIL DAN PEMABAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1.1. Visi dan Misi	42
4.1.1.2. Sejarah Listrik Indonesia	42
4.1.1.3. Sejarah PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur	43
4.1.1.4. Profil PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur	47
4.1.1.5. Sumber Daya Manusia	49
4.1.1.6. Peranan dan Tujuan	49

4.1.2. Gambaran Umum Surabaya	50
4.2. Identitas Informan	52
4.3. Penyajian Data	53
4.4. Pembahasan	54
4.4.1. Persepsi Pelanggan Terhadap Sosialisasi program LPB PT. PLN (Persero) Disjatim.....	54
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Listrik merupakan suatu kebutuhan penting bagi manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, dimana pada zaman modern ini sudah banyak alat pendukung kehidupan manusia yang membutuhkan tenaga listrik untuk mengoperasikannya, seperti lampu, mesin cuci, mesin pompa air, televisi, radio, komputer dan perangkat elektronik lainnya.

Listrik telah menjadi kebutuhan yang mendasar untuk berbagai aktifitas manusia, yang kemudian digunakan untuk beragam fungsi kedepannya. Listrik menjadikan manusia ketergantungan akan keberadaannya, tidak dapat dipungkiri bahwa listrik merupakan tenaga yang dibutuhkan manusia dalam segala hal yang mendukung aktifitas manusia. Adapun akhirnya peran dari pemerintah menguasai kepentingan listrik dalam bentuk badan usaha milik negara untuk dapat mengaturnya dengan baik untuk kepentingan bersama agar tidak terjadi monopoli dalam kepentingan ini.

Suatu perusahaan besar sebagai penyedia listrik untuk masyarakat adalah PT. PLN (Persero), dimana perusahaan listrik milik negara ini telah banyak memberikan kontribusi yang besar dalam memasok kebutuhan listrik untuk masyarakat. Selaku perusahaan milik negara yang menangani

masalah kepentingan listrik di Indonesia, yang memberikan jumlah pasokan listrik kepada masyarakat dalam jumlah yang sangat besar. Tentunya PT. PLN (Persero) memberikan pelayanan sebagai upaya pasti dalam memberikan pelayanan yang maksimal untuk kepentingan dan kemajuan bangsa. Masyarakat sebagai konsumen yang seakan merasa “ketergantungan” akan kebutuhan listrik memang tidak memiliki banyak pilihan dalam pemenuhan kebutuhan listrik selain PT. PLN (Persero).

PT. PLN (Persero) menyadari kebutuhan listrik masyarakat yang semakin ketergantungan akan adanya tenaga listrik, dengan terus melakukan berbagai kajian untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan menawarkan berbagai program layanan. Seiring berjalannya waktu dan untuk mengembangkan pelayanan suatu perusahaan, maka dibuatlah suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemampuan serta pengembangan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT. PLN (Persero) adalah dengan mengeluarkan program listrik Prabayar. Program listrik Prabayar ini telah dikeluarkan sejak tahun 2008, salah satu alasan selain untuk meningkatkan pelayanan, dibuatnya program listrik Prabayar ini diantaranya adalah, kejadian salah baca meter, tagihan yang tidak menentu, tunggakan rekening, dan salah pemutusan. Yang menderita juga bukan hanya masyarakat, tapi PLN pun ikut merugi. Sebagai pembelajaran dari hal itu maka diluncurkan listrik Prabayar, maka dengan program ini masyarakat diajak agar lebih menghargai akan keberadaan tenaga listrik

dan lebih bijak dalam penggunaan listrik. Penggunaan listrik yang cenderung terlewatkan oleh para konsumennya yang notabene adalah masyarakat luas, sehingga penggunaan listrik terkadang memakan biaya yang tidak sedikit untuk konsumsi rumah ataupun usaha.

Dengan dibuatnya inovasi PT.PLN (Persero) maka diperlukan pula adanya penyebaran informasi mengenai inovasi tersebut, merupakan hal terpenting yang harus dilakukan guna menyampaikan pesan atau informasi kepada publik. Tujuan dari inovasi program listrik prabayar yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur bertujuan untuk mengenalkan dan memberitahukan kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui program listrik prabayar. Dimana target PLN adalah masyarakat luas yang notabene adalah pengguna listrik.

Syarat terpenting untuk berlangsungnya sosialisasi adalah interaksi sosial, dimana sosialisasi tersebut dapat berlangsung secara tatap muka, tapi biasa juga dilakukan dalam jarak tertentu melalui sarana media. Dalam sebuah perusahaan. Seperti yang kita ketahui humas adalah bagian dari suatu perusahaan yang mempunyai tugas untuk memberikan informasi kepada pihak dalam dan pihak luar perusahaan.

Demikian pula yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, dengan bantuan media massa dalam menyebarkan inovasi tentang listrik prabayar yang dibuatnya. Hal ini dilakukan karena bersifat luas atau sasaran khalayak dalam jumlah yang cukup luas.

Inovasi program baru listrik Prabayar dengan menggunakan media massa, yang mempunyai peranan dan kekuatan yang begitu besar terhadap dan bagi dunia ini, terlebih dalam segala sesuatu yang berkaitan dengan manusia dengan segala aspek yang melingkupinya. Oleh karenanya, dalam komunikasi melalui media massa, media massa dan manusia mempunyai hubungan saling ketergantungan dan saling membutuhkan karena masing-masing saling mempunyai kepentingan, dan saling memerlukan. Media massa membutuhkan berita dan informasi untuk publikasinya baik untuk kepentingan media itu sendiri maupun untuk kepentingan orang atau institusi lainnya, di pihak lain masyarakat membutuhkan adanya pemberitaan, publikasi untuk kepentingan-kepentingan tertentu.

Pemanfaatan media massa dalam menyebarkan dan memberikan informasi kepada khalayak yang luas adalah satu cara yang cukup efektif dalam penyebaran informasi. Dengan pemanfaatan media massa dapat mencakup khalayak yang banyak, seperti pengertian media massa berikut ini:

Media massa (mass media) adalah channel, media/medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (channel of mass communication). Komunikasi massa sendiri merupakan kependekan dari komunikasi melalui media massa (communicate with media).

Seperti halnya yang dilakukan oleh humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur guna menyebarkan informasi tentang program

listrik Prabayar melalui berbagai media massa seperti Jawa Pos, Surya. Salah satu media yang diteliti oleh peneliti pada penelitian ini adalah media massa cetak. Program tersebut merupakan sistem pelayanan penjualan tenaga listrik dimana pengguna listrik membayar sebelum menggunakan atau transaksi dengan pembayaran dimuka. Sistem listrik Prabayar ini merupakan cara untuk memberikan kesempatan pada pengguna listrik untuk lebih mudah mengendalikan pemakaian listriknya sesuai dengan daya beli.

Sistem kWh meter Prabayar berbeda bila dibandingkan kWh meter yang biasa dipakai selama ini (pascabayar), tertentu dari meter elektronik dipasang di pelanggan yang digunakan untuk mengukur pemakaian listrik pelanggan dan memantau serta mengontrolnya. Dengan inovasi program listrik Prabayar yang telah diciptakan, untuk dapat mengenalkan dan memberitahukan adanya program listrik Prabayar kepada masyarakat, diperlukan sosialisasi agar inovasi listrik Prabayar tersebut dapat digunakan/diterima oleh masyarakat.

Maka dari itu, peranan humas dalam mengenalkan suatu program baru di perusahaan adalah sangat penting, karena dengan mengenalkan informasi tentang listrik Prabayar tersebut masyarakat akan dapat mengetahui adanya suatu program baru yang dibuat oleh suatu perusahaan. PT. PLN (Persero) mengenalkan program listrik Prabayar kepada masyarakat agar masyarakat dapat memahami program yang dikeluarkan oleh PT. PLN (Persero) tersebut, dan juga eksistensi program listrik

prabayar tetap dikenal masyarakat, maka penyebaran informasi harus dilakukan secara berkelanjutan.

Proses komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita, seiring dengan pergerakan kehidupan manusia dan kemajuan teknologi, komunikasi memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat melakukan berbagai macam aktivitas dalam memenuhi kebutuhannya dan dengan adanya komunikasi, penyampaian maksud dan tujuan dari seorang komunikator kepada komunikan dapat tersampaikan.

Seperti yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa komunikasi adalah:

Proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan, dan sebagai panduan, yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung, melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku (Effendy, 1989:60).

Dengan informasi yang akan di sampaikan, seorang humas dapat mengenalkan inovasi program listrik prabayar kepada masyarakat. Informasi yang dilakukan berupa bentuk komunikasi secara tidak langsung melalui media massa cetak. Dengan menggunakan media massa cetak dalam menyampaikan pesan mengenai program listrik prabayar,

diharapkan dapat mengubah sikap masyarakat dalam pola penggunaan tenaga listrik.

Sesuai dengan salah satu tujuan dan strategi eksternal dari humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, yaitu menciptakan opini publik dan menarik perhatian publik, menciptakan kondisi yang kondusif bagi setiap pelaksanaan kebijakan perusahaan dan mengoptimalkan komunikasi dan publikasi perusahaan. Humas PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur menyebarkan pesan tentang informasi program listrik Prabayar melalui media cetak di Jawa Pos dan Surya, dimana hal tersebut diharapkan oleh pihak perusahaan agar dapat menambah informasi bagi masyarakat mengenai kebijakan yang dibuat oleh PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, yaitu listrik Prabayar. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat rumusan masalah “Persepsi Pelanggan Terhadap Program Listrik Prabayar PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur melalui Media Massa Cetak.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi pelanggan di Surabaya terhadap program “Listrik Prabayar” PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan di Surabaya terhadap program “Listrik Prabayar” PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah dengan kondisi masyarakat nyata.
2. Bagi ilmu pengetahuan, peneliti ini diharapkan menjadi sarana untuk menggali lebih dalam tentang sebuah loyalitas dalam bisnis.
3. Bagi perusahaan, diharapkan bisa menjadi masukan untuk membuat program-program yang lebih baik, kreatif, dan efektif untuk menarik perhatian para pelanggan sehingga perusahaan bisa memperoleh pelanggan yang loyal.
4. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan pengetahuan dan teori.